9. SETTEMBRE 2026

TestImoni

MENSILE DI INFORMAZIONE SPIRITUALITÀ E VITA CONSACRATA

EVANGELIZZAZIONE E SINODALITÀ
Custodire voci e volti umani

ECUMENISMO E INTERCULTURALITÀ
"Perché tu sei qui?"

GIOVANI E STILI DI VITA
Lo scoutismo: attualità di una proposta educativa

FORMAZIONE E SPIRITUALITÀ
Influencer o missionari?

ATTUALITÀ E SOCIETÀ
Le religioni: cantieri aperti in un mondo in frantumi

Tariffa R.O.C.: Poste italiane S.p.A., Sped. in A.P., Aut. num. 38894 del 10/12/2022 – D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, c. 1, DCB Bologna

9 788810 052150

EDB

Inserto CISM

Numero IX Anno VI

Sommario

EVANGELIZZAZIONE E SINODALITÀ

3 Custodire voci e volti umani
8 Per una nuova stagione missionaria
10 Disarmare l'intelligenza artificiale
13 Leggere *Magnifica humanitas* con s. Francesco
15 Il diaconato tra storia, esperienze, prospettive

ECUMENISMO E INTERCULTURALITÀ

18 Nuova *Charta Oecumenica*
21 Un paese felice e pacifico
23 "Perché tu sei qui?"

GIOVANI E STILI DI VITA

25 Accogliere un figlio con disabilità
27 Lo scoutismo: attualità di una proposta educativa
32 Luci e ombre

FORMAZIONE E SPIRITUALITÀ

35 Laboratorio di cultura e dialogo
36 Influencer o missionari?

ATTUALITÀ E SOCIETÀ

40 Le religioni: cantieri aperti in un mondo in frantumi
45 La piaga del gioco d'azzardo

TESTIMONI – SETTEMBRE 2026
NUMERO 9 – ANNO XLIX (80)

Direttore responsabile
Mario Chiaro

Direttrice editoriale
sr. Anna Maria Gellini

Redazione
Patrizia Morgante, Giorgio Adriano,
P. Giovanni Dal Piaz

Direzione e Redazione
il Portico S.p.A.
via Scipione Dal Ferro 4 (ingresso H)
40138 Bologna
EDB®
Tel. 051 3941416 – www.edb.it

Collaboratori stabili
Rafael Luciani, Fabrizio Mastrofini,
Giuseppe Savagnone

Abbonamenti
Tel. 051 3941255 – *Fax* 051 3941299
e-mail abbonamenti@ilporticoeditoriale.it

Per la pubblicità sulla rivista
Ufficio commerciale EDB
Tel. 051 3941205
e-mail commerciale@ilporticoeditoriale.it

Stampa
Italia*tipo*litografia, Ferrara

Quota abbonamento 2026

Italia	€ 48,00
Europa	€ 71,50
Resto del mondo	€ 81,00
Una copia	€ 6,00
On-line	€ 35,00

C.C.P. 1064131699 intestato a il Portico S.p.A.
IBAN IT57L0306902478100000062888
intestato a EDB e MARIETTI
SOCIETÀ EDITORIALE IL PORTICO

Reg. Trib. Bologna n. 38894 del 20/12/2022
Tariffa R.O.C.: Poste Italiane S.p.A – Sped. in A.P. – D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46), art. 1, comma 1, DCB Bologna

Con approvazione ecclesiastica.

associato all'unione stampa periodica italiana

L'editore è a disposizione degli aventi diritto che non è stato possibile contattare, nonché per eventuali e involontarie inesattezze e/o omissioni nella citazione delle fonti iconografiche riprodotte nella rivista.

Questo numero è stato consegnato alle poste il 23-6-2026.

COME ABBONARSI Scegli la rivista TESTIMONI optando tra queste modalità di pagamento:

1. Carta di Credito, Paypal o Postepay direttamente sul sito **www.edb.it** nella sezione Riviste
2. Conto Corrente Postale n. **1064131699** intestato a **Il Portico Spa** - via Scipione Dal Ferro 4 - 40138 Bologna
3. Bonifico Bancario su IBAN: **IT 57 L 03069 02478 100000062888** intestato a **EDB e Marietti** - Società Editoriale Il Portico Spa - Banca di riferimento INTESA SAN PAOLO

IMPORTANTE: nei casi **2.** e **3.**, nella causale del bollettino o del bonifico indica a quali riviste intendi abbonarti (nome o codice della rivista scelta). Poi spedisci la prova di pagamento tramite posta, fax o e-mail ai nostri contatti indicati di seguito.

CONTATTI Ufficio Abbonamenti - Il Portico Editoriale, via Scipione Dal Ferro 4, 40138 Bologna. Tel. 051 3941255 Fax 0513941299. E-mail: abbonamenti@ilporticoeditoriale.it La linea telefonica è attiva *lunedì - mercoledì - giovedì dalle 9 alle 12.*

TESTIMONI - ANNUALE CARTA		
gennaio 2026-dicembre 2026	€ **48,00** (bollettino postale o bonifico)	€ **46,00** (se acquistato sul sito)
TESTIMONI ON-LINE ANNUALE		
gennaio 2026-dicembre 2026	€ **35,00** (bollettino postale o bonifico)	€ **33,00** (se acquistato sul sito)
MESSA E PREGHIERA QUOTIDIANA CARTA + TESTIMONI CARTA		
gennaio 2026-dicembre 2026	€ **81,00** (bollettino postale o bonifico)	€ **79,00** (se acquistato sul sito)

INFLUENCER O MISSIONARI?

«Se uno è missionario, evidentemente c'è qualcuno che lo manda.
Però, chiedo e mi chiedo, mi mando da solo, mi mando io insomma, o mi manda Dio?».

FABRIZIO MASTROFINI

Nell'ambito della settimana della Comunicazione si è svolto a Roma nei mesi scorsi un incontro dal titolo "Influencer o missionari. Cattolici" in cui si è cercato di fare il punto sulla loro collocazione all'interno della chiesa e di comprendere l'utilità e la natura dei contenuti che vengono trasmessi. Si è partiti da uno studio coordinato dalla professoressa Maria Paola Piccini (Pontificia Università Salesiana), per passare alle testimonianze di Rocco Di Stefano e Nicola Camporiondo, psicologo e comunicatore digitale il primo, studente di teologia ed influencer il secondo, entrambi molto attivi e seguiti. Ha tirato poi le fila e le conclusioni don Roberto Ponti provinciale per l'Italia della Società San Paolo. Per sintetizzare i temi trattati, possiamo partire da una questione espressa con estrema chiarezza da Di Stefano: "se uno è missionario, evidentemente c'è qualcuno che lo manda. Però, chiedo e mi chiedo, mi mando da solo, mi mando io insomma, o mi manda Dio?".

FOLLOWERS E INFLUENCER

La risposta è naturalmente aperta. Ma si può impostarla (e riflettere) partendo dai risultati preliminari della ricerca sulla percezione dei cosiddetti "*Influencer* di Dio", coordinata dalla prof.ssa Maria Paola Piccini per l'Università Salesiana. In estrema sintesi i missionari digitali – seguiti soprattutto da adulti già praticanti – sono percepiti come utili, autentici e motivanti, e hanno un impatto concreto sulla vita spirituale e quotidiana. Pur non sostituendo formalmente la comunità, la relazione tra i followers e l'influencer viene percepita come caratterizzata da una forte vicinanza emotiva, pur rimanendo mediata e senza contatto diretto. Non sembra quindi far confluire i fedeli nelle comunità "reali". Restano tuttavia alcune criticità, come il rischio di banalizzazione della fede, eccessiva personalizzazione e possibile indebolimento del legame con la comunità. È necessario, secondo i primi dati, essere consapevoli dei rischi del contesto digitale, profondamente condizionato da logiche neoliberiste, utilitariste e performative. Occorre quindi aprirsi al dialogo con nuovi saperi, e recuperare interiorità, silenzio e profondità, laddove l'ambiente digitale favorisce invece velocità e superficialità. I missionari digitali – attraverso un radicamento spirituale e teologico, competenze comunicative, formazione critica e soprattutto autenticità e testimonianza personale – dovrebbero portare dalla rete alla vita concreta, promuovendo comunità autentiche. La testimonianza resta centrale: è la vita stessa che comunica.

In questo senso, sia Camporiondo – studente di teologia e molto attivo, ma sempre sotto lo stretto controllo del suo vescovo, come ha sottolineato lui stesso – sia Di Stefano, hanno riconosciuto apertamente la difficoltà del percorso di riconoscimento ecclesiale per una sorta di investitura ufficiale, un *imprimatur* digitale, oltre alla mancanza di un coordinamento tra i comunicatori digitali stessi. È un'ammissione significativa, perché tocca il cuore del problema: non si tratta di regolare un fenomeno già in atto, ma di chiedersi se il modello sia quello giusto.

Come ha sottolineato don Roberto Ponti, le domande che scaturiscono dalle forme di evangelizzazione e annuncio presenti in Rete, non sono accessorie ma strutturali. Dobbiamo chiederci infatti se stiamo parlando di apostolato e di linguaggi nuovi e adeguati, oppure siamo semplicemente nel campo della *performance*, sia pure di tipo religioso. E quindi è necessario chiedere e chiedersi: Chi presidia la qualità del discernimento vocazionale? Chi garantisce la coerenza tra la vita vissuta e il messaggio comunicato? Chi accompagna questi comunicatori nella crescita spirituale e teologica? Chi li sostiene quando la logica delle piattaforme, imperativa e silenziosa, comincia a modellare la loro identità più di quanto essi modellino il digitale?

Un altro aspetto emerso riguarda la questione stessa dell'*imprimatur*. Non sarà un modo per spostare il problema invece di risolverlo? Se la domanda principale diventa "come si chiama questa figura e chi la autorizza", si resta intrappolati nella stessa logica da cui si vorrebbe uscire: si pensa all'etichetta prima che alla sostanza, alla nomina prima che alla preparazione.

SUSCITARE DOMANDE E PREPARARE ALL'INCONTRO

Interessante, in questo senso, una proposta emersa dopo l'incontro, da parte del prof. Edoardo Mattei, tra l'altro docente all'Università *Angelicum* di Roma, che ha sottolineato un'analogia con Giovanni Battista, che

andrebbe ripresa e precisata e che può diventare un riferimento sulla tematica.

"L'analogia con Giovanni Battista è più precisa di quanto sembri – nota il prof. Mattei. Giovanni somministrava un battesimo d'acqua: era un gesto di preparazione, non di compimento. Suscitava il desiderio, disponeva il cuore all'ascolto, accompagnava il cammino di avvicinamento. Non chiudeva il processo, lo apriva. Il battesimo «in Spirito Santo e fuoco» spettava ad altri e Giovanni lo sapeva con chiarezza cristallina. Allo stesso modo, il Battista digitale esercita una prima evangelizzazione, raggiunge chi è lontano, suscita domande, dispone all'incontro. Il suo accompagnamento digitale non è il punto di arrivo, bensì la preparazione del terreno per qualcosa che avviene altrove: nella liturgia domenicale, nell'accompagnamento spirituale, nella comunità che si raccoglie intorno a un altare. Come il battesimo di Giovanni rimandava al battesimo del Signore, l'accompagnamento digitale rimanda all'incontro in presenza".

Questa consapevolezza del limite è esattamente ciò che lo distingue dall'influencer e dal missionario digitale. Il primo punta a trattenere: più followers, più tempo sullo schermo, più *engagement*. Il missionario digitale tende a costruire comunità attorno a sé, senza sempre avere gli strumenti per accompagnarle verso qualcosa di più solido. "Il Battista digitale, invece, prepara e poi cede il passo, non è una resa, è l'identità. La sua autorità viene dalla solidità della vita interiore, radicata nella dignità battesimale, nutrita dalla preghiera e dai sacramenti, sostenuta da relazioni reali. È quella solidità che gli permette di muoversi in un ambiente complesso senza esserne catturato, di usare gli strumenti digitali senza diventare strumento di essi". In questo senso, *l'imprimatur digitale* di cui si è parlato, è l'espressione di una responsabilità ecclesiale precisa. Se l'ambiente digitale è diventato uno dei luoghi in cui si gioca l'esperienza della fede, allora la Chiesa è chiamata a essere presente nel digitale e formare chi lo presidia con competenza e con radicamento. Si tratta di riconoscere che la complessità del contesto esige nuove forme di preparazione e di accompagnamento. Conclude il prof. Mattei: "Non sono contrario all'impegno nei *social media*. Sono contrario all'illusione che il formato, le metriche e la visibilità siano strumenti neutri che il messaggio cristiano può attraversare indenne. Il digitale non è uno strumento: è un ambiente, e gli ambienti formano chi li abita. Il Battista digitale lo sa. Ed è per questo che, invece di inseguire la visibilità, impara a presidiare il deserto".

POTENZIALITÀ DELLA RETE E COORDINAMENTO CONSAPEVOLE

Ma c'è anche un altro aspetto, sfiorato dai diversi interventi, e magari da approfondire con articoli e altri appuntamenti di dialogo e dibattito. Riguarda la capacità di coordinamento tra le diverse figure che ovunque, in Italia e non solo, si dedicano a forme di evangelizzazione in Rete. Come è noto, il Giubileo ha visto, tra gli altri appuntamenti, un incontro mondiale dei missionari digitali. Papa Leone XIV a luglio 2025, incontrandoli, ha indicato una strada precisa: "Oggi, in una cultura dove la dimensione digitale è presente quasi in ogni cosa, in un tempo in cui la nascita dell'intelligenza artificiale segna una nuova geografia nel vissuto delle persone e per l'intera società, questa è la sfida che dobbiamo raccogliere, riflettendo sulla coerenza della nostra testimonianza, sulla capacità di ascoltare e di parlare; di capire e di essere capiti. Abbiamo il dovere di elaborare insieme un pensiero, di elaborare un linguaggio che, nell'essere figli del nostro tempo, diano voce all'Amore. Non si tratta semplicemente di generare contenuti, ma di incontrare cuori, di cercare chi soffre e ha bisogno di conoscere il Signore per guarire le proprie ferite, per rialzarsi e trovare un senso, partendo prima di tutto da noi stessi e dalle nostre povertà, lasciando cadere ogni maschera e riconoscendoci per primi bisognosi di Vangelo. E si tratta di farlo insieme".

E qui abbiamo la domanda da porre continuamente: si riesce a "farlo insieme"? si riesce a mettere in campo una qualche modalità di coordinamento, oppure si continua ad andare avanti in ordine sparso? Le potenzialità della Rete sono enormi, e utilizzarle al meglio diventa un obbligo, un dovere, un impegno preciso.